



# ANDISU

ASSOCIAZIONE NAZIONALE DEGLI ORGANISMI  
PER IL DIRITTO ALLO STUDIO UNIVERSITARIO

**Workshop**

**LA COMUNICAZIONE DEGLI ENTI PER IL DIRITTO ALLO STUDIO**

*Dal piano di comunicazione all'uso dei social media*

**Genova, 14 novembre 2013**



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

***“La leva giusta”***

## **Il piano di comunicazione**

**Stefano Tiberio**  
*responsabile relazioni esterne e comunicazione*  
**ARSSU Liguria**

*tiberio@arssu.liguria.it*



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

Il piano di comunicazione: cos'è?

è uno strumento che serve a programmare le azioni di comunicazione di un ente in un certo arco temporale

Perché avere un piano di comunicazione?

**Esigenza normativa: legge 150/2000**

***“Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni”***

**Esigenza aziendale:**

- **gestire i flussi di comunicazione interni ed esterni**
- **maggiore trasparenza**
- **Migliorare i servizi**



## la buona comunicazione sostiene la buona amministrazione, e viceversa

La funzione di comunicazione ha assunto un ruolo fondamentale nel panorama delle leve a disposizione delle amministrazioni pubbliche per il miglioramento dei servizi

### Informare e Comunicare: una differenza da imparare

Informare: dare forma alla notizia. La forma diventa sostanza  
Comunicare: processo bidirezionale



La cultura della comunicazione: dal “privato” al “pubblico”: cambiano gli obiettivi che si basano su tre concetti chiari:

- **la trasparenza**, il diritto all’informazione nelle sue molteplici valenze, il problema dell’accesso agli atti, ecc.;
- **la partecipazione democratica** con il delicato problema del rapporto tra *government* e *governance*;
- **l’efficacia organizzativa**, cioè la capacità di perseguire consapevolmente gli obiettivi amministrativi



Art 1 della legge 150/20000:

sono considerate attività di informazione e di comunicazione istituzionale quelle poste in essere in Italia o all'estero dai soggetti di cui al comma 2 e volte a conseguire:

- a) l'informazione ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici;
- b) la comunicazione esterna rivolta ai cittadini, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa;
- c) la comunicazione interna realizzata nell'ambito di ciascun ente.

5. Le attività di informazione e di comunicazione sono, in particolare, finalizzate a:

- a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- b) illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- c) favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- f) promuovere l'immagine delle amministrazioni, nonché quella dell'Italia, in Europa e nel mondo, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## Esigenza aziendale:

- **gestire i flussi di comunicazione interni ed esterni**
- **maggiore trasparenza**
- **Migliorare i servizi**

Comunicazione interna ed esterna integrate tra loro

La comunicazione interna infatti non è solamente finalizzata a far conoscere ai dipendenti dell'organizzazione le strategie aziendali ma è anche quella di rendere possibili le attività di comunicazione rivolte verso i pubblici esterni all'organizzazione



## **Sviluppo di un piano di comunicazione**

**FASE 1: Analisi dello scenario**

**FASE 2: Individuazione degli obiettivi e Definizione del target**

**FASE 3: Scelta della strategia;**

**FASE 4: Scelta dei contenuti**

**FASE 5: Scelta delle attività e degli strumenti di comunicazione**

**Valutazione dei risultati**





# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## Esempio pratico: lo sviluppo del piano di comunicazione di ARSSU Liguria

### FASE 1: Analisi dello scenario

E' stato analizzato lo scenario all'interno del quale opera ARSSU

In particolare è stato rilevato il:

**contesto generale di riferimento** (partendo dall'analisi del bilancio sociale, è stato evidenziato il contesto territoriale e quindi socio economico all'interno del quale opera arssu)

**contesto di settore** (diritto allo studio scolastico e universitario: la normativa di riferimento e le conseguenti competenze univoche o concorrenziali alle attività di altri soggetti)

**contesto organizzativo** (le caratteristiche dell'amministrazione: organigramma interno, posizione degli uffici e attività di comunicazione in essere)







# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## **FASE 2: Individuazione degli obiettivi e definizione del target**

### ***Strumenti usati:***

- Indagine con questionari
- Colloqui informali con le p.o.

### **Analisi s.w.o.t.**

una metodologia di analisi che consente di evidenziare criticità e punti di forza, distinguendo tra contesto interno e contesto esterno all'organizzazione.

In sintesi, le variabili da esplicitare sono quelle a cui richiama l'acronimo inglese che da il nome alla metodologia:

- Strength (punti di forza interni)
- Weakness (punti di debolezza interni)
- Opportunities (opportunità esterne)
- Threats (minacce esterne).

### ***Punti di forza***

- la legittimazione ad intervenire nel diritto allo studio universitario
- la competenza professionale in materia di dsu
- La riconosciuta serietà lavorativa
- La riconosciuta solidità ed efficacia dell'azienda

### ***Opportunità***

- Le nuove possibilità legate al ruolo definito nella legge 15/2006
- la possibilità di interventi in materia di politiche giovanili.
- La possibilità di allargare il lavoro sul tema dell'orientamento

### ***Punti di debolezza***

- la scarsa propensione di alcuni dipendenti alle novità
- la scarsa conoscenza della realtà arssu all'esterno
- La scarsa comunicazione all'interno dell'azienda
- la formazione non adeguata dei dipendenti
- l'esiguità delle risorse

### ***Minacce***

- Il taglio dei fondi per il dsu e il dss

Partendo dall'obiettivo strategico dell'azienda” Migliorare gli aspetti relativi alla comunicazione e alla vita di relazione con e tra gli studenti” individuato nel piano delle performance di arssu 2011, sono stati individuati due **principali obiettivi**:

- nella comunicazione esterna: che cosa è e che cosa fa ARSSU
- nella comunicazione interna: l'informazione condivisa “ sviluppo della intranet



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## **TARGET Principali e relativi obiettivi**

Sono stati individuati diversi target relativamente agli stakeholders di riferimento sul quale concentrare l'azione relativamente ai due obiettivi individuati.

I **beneficiari** delle azioni di arssu (*tutti colori che sono direttamente interessati all'azione di arssu in quanto ne traggono un diretto beneficio economico direttamente o indirettamente*)

Studenti universitari

→ obiettivo: chiarire il ruolo di arssu.

Famiglie e istituzioni

→ obiettivo: ampliare la conoscenza del mondo arssu

Le **istituzioni** (Comuni, Province ma anche aziende partecipate e associazioni di riferimento)

I **media** (Televisioni, carta stampata, radio ma anche media legati al web)

I **soggetti influenti** nell'azione di arssu (Regione Liguria, andisu)

Dipendenti arssu liguria → comunicazione interna



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## **FASE 3: Scelta della strategia**

La scelta delle strategie consiste nella traduzione dell'obiettivo in azioni e strumenti di comunicazione.

### ***Strategia comunicazione esterna*** **studenti**

- Coinvolgimento degli studenti universitari nella scelta degli strumenti
- Uso di un linguaggio diretto e meno burocratico
- Sperimentazione dell'uso di alcuni strumenti "social" nel corso del 2011 e messa a sistema nel 2012

### **famiglia**

Cogliere ogni occasione per arrivare direttamente o indirettamente alle famiglie con un messaggio collegato ad arssu liguria.

### **Media**

Diffusione dei comunicati stampa e collegamento diretto con i principali media presenti in Liguria

### **Dipendenti arssu**

Coinvolgere dal basso i dipendenti per lo sviluppo condiviso della intranet aziendale



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## **FASE 4: Scelta dei contenuti**

Nella scelta dei contenuti si è messo al centro dell'idea la chiarezza del messaggio trasmesso rispetto agli obiettivi prefissati. Per questo si è deciso di ascoltare inizialmente gli studenti e i dipendenti per capire su cosa concentrarsi.

### **Ascolto del target**

- Comunicazione diretta: un sito istituzionale aggiornato e più accessibile
- Comunicazione bandi di concorso: il succo del bando
- Comunicazione interna: la notizia condivisa



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## **FASE 5: Scelta delle attività e degli strumenti di comunicazione**

Uso sperimentale di primi strumenti di comunicazione per la sua valutazione:

- elaborazione opuscoli informativi per borse, alloggi, ristorazione con linea grafica comune e linguaggio diretto ai ragazzi.
  
- Sito internet
  - ✓ aggiornamento sito (dati vecchi)
  - ✓ uso banner laterali nel sito aziendale (agevolazione ricerca notizia)
  - ✓ definizione sezione faq (per borse universitarie, alloggi e ristorazione)
  - ✓ definizione pagine in inglese
  - ✓ istituzione di una casella di email legata al servizio relazione esterne
  - ✓ aggiornamento sezione alloggi
  - ✓ realizzazione in proprio di cartelli informativi sulle mense universitari
  
- Rete intranet
  - ✓ Gruppo di lavoro interno
  - ✓ Sperimentazione di Yammer



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## Alcuni strumenti usati:

### Web

- Social network: definizione contenuti e sviluppo della presenza istituzionale in Facebook, Twitter, Google+ (**iistituzione redazione web**)
- Sito internet: aggiornamento sito istituzionale (conferme alle linee guida per i siti web delle PA e al il Codice dell'Amministrazione Digitale) e suo sviluppo (google maps, pagine in inglese, rss, collegamento ai social network...).
- Youtube: realizzazione interna video per illustrare i bandi di concorso
- Aggiornamento video istituzionale

### Materiale di diffusione cartaceo

- Realizzazione materiale per diffusione nelle scuole (brochure)
- Realizzazione carta servizi versione light
- Realizzazione brochure succo del bando e bando benefici universitari
- Realizzazione materiale informativo sulle offerte di alloggi universitari a pagamento

### Immagine istituzionale

- Realizzazione manuale d'identità di ARSSU Liguria
- Valutazione nuovo logo
- Gestione intranet: progetto collettivo aziendale
- Gestione Intranet: manuale d'uso per l'inserimento delle news



# ANDISU

Associazione Nazionale degli Organismi  
per il Diritto allo Studio Universitario

## **VALUTAZIONE DEI RISULTATI (fine 2013)**

- Individuazione di indicatori tra i quali:
- Sito Web: analisi traffico sito istituzionale, aggiornamento pagine, banner
- Social: numero contatti e tempi di risposta
- Cartaceo: numero opuscoli realizzati
- Numero video realizzati
- Realizzazione intranet